

Michael Moore oder: Selbstinszenierung und soziale Stilistik eines US-amerikanischen Antiintellektuellen

Arnulf Deppermann und Klaus Neumann-Braun¹

Der *Intellektuelle* ist eine soziale Figur der Moderne, der die sozialstrukturellen Entstehungsbedingungen seiner Zeit ebenso reflektiert, wie er auf sie kritisch einzuwirken versucht. Philosophen und Künstler, Literaten und Wissenschaftler, Politiker und *Journalisten* sind traditionellerweise dafür prädestiniert, als Intellektuelle Einfluss auf die Gesellschaft auszuüben. Als aktuelles Vorzeigebispiel für einen Journalisten mit zugeschriebener weltweiter intellektueller Wirkung kann *Michael Moore*, Autor, Oscar-Preisträger und erfolgreichster Dokumentarfilmer aller Zeiten, gelten. Sein Markenzeichen sind die Baseballkappe und ein schmutziges Outfit. Er gibt sich ungehobelt, brüllt und lügt, ist eitel und selbstverliebt. Manche ereifern sich über seinen maßlosen Charakter und schimpfen ihn ein »Egomonster«. Aber es gelingt ihm offensichtlich doch für viele überzeugend, den »Mächtigen« die Maske vom Gesicht zu reißen. Michael Moore – der Robin Hood der »kleinen Leute« und (für Liberale) das moralische Gewissen Amerikas oder (für amerikanische Konservative) schlicht ein zu bekämpfender »Staatsfeind Nr. 1«?

Mit der Wahl für den Akteur Michael Moore wenden wir uns einem spezifischen Typus intellektueller Praxis, dem sogenannten *Medienintellektuellen* (Oevermann 2001: 71 ff., s. u.), zu. Intellektuelle Praxis ist unter den Bedingungen der *Mediengesellschaft*

mehr denn je diskursive Praxis auf unterschiedlichsten kommunikativen Schauplätzen. Die gesellschaftliche Relevanz des Intellektuellen und seine Gestalt als Sozialtypus sind daher ganz wesentlich durch die Art und Weise der kommunikativen Beteiligung des Intellektuellen an sozialen Prozessen bestimmt. An Michael Moores Beispiel gilt es zu fragen, wie es ihm gelingt, sich in der gegenwärtigen Mediengesellschaft überhaupt Gehör zu verschaffen, ohne seine intellektuelle Autonomie – so er über eine solche überhaupt verfügt – zu verlieren, und von welchem Standpunkt aus er seine kritische Funktion innerhalb des öffentlichen Diskurses definiert.

»The guy in the ballcap with no education«

Der Medienschaffende Moore ist der Erste, der investigativen Journalismus zu einem überwältigenden kommerziellen Erfolg gemacht hat, indem er detailreiche und furchtlose Recherchen mit humoristischen Darstellungsformen und publikumswirksamen Aktionen verbunden hat. Die Gestaltung und der Erfolg seiner filmischen und literarischen Produktion sind untrennbar mit seiner Person verbunden. Stets ist er als Autor und Akteur präsent, sein Bild, seine Handlungen und seine Stellungnahmen bilden den roten Faden der medialen Produktion. Im Weiteren stellen wir eine *Analyse von Michael Moores medialer Selbstinszenierung* an, die hier aus Platzgründen nur in Ausschnitten präsentiert wird. Sie stützt sich auf seine Filme »Bowling for Columbine« und »Fahrenheit 9/11«, seine Auftritte bei verschiedenen Pressekonferenzen, bei der Oscar-Verleihung 2003, in Interviews und auf seiner Homepage. Die angeführten Zitate stammen jeweils von ihm selbst.²

Die Oscar-Preisrede 2003

Im Jahr 2003 erhielt Michael Moore den Oscar für den besten Dokumentarfilm. Er funktionalisierte seine Dankesrede bei der Preisverleihung, die am fünften Tag des Irakkriegs stattfand, zu einer politischen Propagandarede um. Die Rede polarisierte das

Publikum und führte zu einem Eklat: Moore wurde von der Regie der Preisverleihung gezwungen, sie vorzeitig zu beenden, indem man die feierliche Abschlussfanfare verfrüht einspielte, was ironischerweise ihre pathetische Wirkung noch steigerte. An dieser Rede werden wesentliche Elemente seiner politischen Rhetorik und seiner Selbstpräsentation deutlich.

- 1 thank you very much (3.5) 'uhhh (1.5) u:::h (—)
- 2 on u: (—) behalf of our producers cathleen glynn (—)
- 3 and michael donovan from Canada (—)
- 4 u::hm i'd like to thank the academy for this (—)
- 5 i have invited (.) my fellow documentary nominees (.)
- 6 on the stage (.) with us (—)
- 7 and (—) we would like to (1.5)
- 8 they're here (—) they're here in solidarity with me (—)
- 9 because (—) we like (—) non fiction (—)
- 10 we like non fiction (.) and we live in fictitious times (—)
- 11 we live in a time (—)
- 12 where we have fictitious eclec- election results (—)
- 13 that elects a fictitious president (1.5)
- 14 we (—) we live in a time (—)
- 15 where we have a man (—) sending us to war (1.0)
- 16 for fictitious reasons (—)
- 17 whether it's the fiction (—) of duct tape (—)
- 18 or the fictitious (—) orange alerts (—)
- 19 we are against this war mister bush (—)
- 20 shame on you mister bush. (—) shame on you (—)
- 21 and anytime (—)
- 22 you've got the pope and the dixie chicks against you (—)
- 23 your time is up (—) thank you very much

Moore konstruiert eine Wir-Identität, zunächst mit seinem Filmteam, das er auf die Bühne holt, dann auch mit dem Publikum, das er in seiner Rede mit einem emphatischen »we« inkludiert (ab Z. 11: »we live in a time [...]«). Dieser kontrafaktisch unterstellten Gemeinschaft – immerhin buhen viele Anwesende im Saal – setzt er

polarisierend den Gegner Bush gegenüber. Mit der direkten Anrede Bushs (Z. 20–23) tritt Moore auf als Volkstribun, der einen imaginären direkten Kampf mit dem Gegner austrägt und diesem unverblümt die Meinung sagt. Er stellt sich dar als Sprecher der moralischen Mehrheit, die durch die Dixie Chicks und den Papst als »ehrliche Makler« metonymisch repräsentiert sind: Bushs Diskreditierung wird durch Zeugen aus seinen eigenen Reihen, den archetypischen Vertreterinnen des *American Heartland* und der höchsten kirchlichen und moralischen Autorität der Christenheit, vorgeführt. Veranschaulichende Konkretisierung und Metonymie, die Kontrastierung von Gut und Böse, kurze einfache, parataktische Sätze und viele Wiederholungen machen seinen Verbalstil aus. In den Zeilen 9–18 benutzt er insgesamt siebenmal die Ausdrücke *fiction/fictitious*, die er damit regelrecht als Schlüsselwörter seiner Rede einhämmert. In gewandter Weise stellt er damit über den Wortstamm den Bezug zwischen dem ihm verliehenen Oscar und dem politischen Vorwurf der Lüge an die Adresse Bushs her, das Geschäft des Dokumentarfilmers (*non-fiction*) wird reliteralisierend als Domäne des Nichtfiktionalen gegen die Domäne der täuschenden Fiktion der Politik Bushs ausgespielt. Sein abschließendes moralisierendes Verdikt und die prophezeiende Beschwörung »We are against this war, Mr Bush. Shame on you! Your time is up« bildet einen Slogan, den Moore wie andere Elemente der Rede in vielen verschiedenen Auftritten immer wieder verwendet hat.

Prosodisch benutzt Moore ein emphatisches Pathosmuster, das sich durch Rhythmisierung mit Vibrato, auffälligen Vokallängungen und singenden Intonationskonturen auszeichnet (vgl. Schwitalla 1994). Dieses Muster zeugt von Nachdruck und emotionaler Inbrunst. Moores *actio* ist die der polemischen Rede an das Volk: Er macht regelmäßige Taktgesten mit geballter Faust (abwechselnd links rechts), sein Blick geht von links nach rechts und zurück durchs Publikum, er benutzt viele illustrative Gesten (z. B. horizontale Schlussgeste zu »your time is up«), weisende (richtungs- und personaldeiktische) und Betgesten. Die Gestik ist generell kraftvoll und bestimmt. Moores Rede ist insgesamt von einem *Gestus* der

Furchtlosigkeit und Siegesgewissheit durchzogen. Tabubruch, der direkte Angriff, die Selbststilisierung als decouvrierender Aufklärer, als tatkräftiger, zuversichtlicher und schnörkelloser Anwalt der guten Sache sind die Ingredienzien eines *polarisierenden sozialen Stils*, den die einen als *unsachlichen Populismus*, die anderen als *kraftvolle Stimme der Wahrheit* empfinden.

Wir wollen, ausgehend von der Oscar-Preisrede, Michael Moores *kommunikativen Habitus* (vgl. Bourdieu 1990) auf die Spur kommen. Die Annahme liegt auf der Hand, dass für die soziale Typik eines Intellektuellen und die Art seines gesellschaftlichen Engagements nicht nur die Inhalte seiner Kritik, sondern die *Art und Weise ihrer diskursiven Präsentation* entscheidend sind. Der *Denkstil* des Intellektuellen findet seine Realisierung als *Diskursstil*. Unter den Bedingungen der Mediengesellschaft, in der der Intellektuelle gerade für eine breitere Masse mehr durch kommunikative Performances als durch Schriften präsent ist, ist der *kommunikative Habitus* maßgeblich für seine soziale Wahrnehmung und Wirkung. Die Analyse des kommunikativen Habitus von Michael Moore kann daher einen Beitrag zur Frage nach dem Wechselverhältnis von Medien und Intellektuellen leisten: So wie die Medien Vorgaben für erwartete und erfolgreiche Selbstpräsentationen machen, so ist danach zu fragen, wie der Intellektuelle des Medienzeitalters die Möglichkeiten der Medien nutzt und wie sich unter diesem Wechselverhältnis der Intellektuelle als Sozialtypus transformiert. Die Analyse des kommunikativen Habitus erscheint uns daher zentral für eine Antwort auf die Frage, wie der Intellektuelle als Sozialtypus in der Gegenwart zu bestimmen ist. Zentrale Konzepte unserer Analyse des kommunikativen Habitus von Michael Moore sind folgende:

- *Soziale Stilistik* (vgl. Keim 2007): Welchen sozialen Stil der Selbstpräsentation und welchen sozialstilistisch markierten Habitus in Sprache, Kleidung und Verhalten präsentiert Michael Moore?
- *Selbstpositionierung und Fremdpositionierung*: Wie positioniert sich Moore selbst in der Kommunikation mit Publikum, Presse

und Interviewpartnern? Wie positioniert Moore seine Adressaten und Kontrahenten, welche Einstellungen und Eigenschaften schreibt er ihnen zu?

- *Sprachlich-kommunikative und rhetorische Verfahren*: Welche sprachlich-kommunikativen Verfahren benutzt Moore in unterschiedlichen kommunikativen Situationen? Welche rhetorischen und dialogsteuernden Techniken setzt er ein?
- *Ideologie und Moral*: Welche moralischen und ideologischen Positionen nimmt Moore ein? Wie stützt er sie, mit welchen Mitteln greift er die gegnerischen Positionen an?

Soziale Stilistik und Selbstpräsentation: Moore tritt nahezu immer (Ausnahme: Oscar-Verleihung) im gleichen *körperlichen Habitus* auf, der zu seinem visuellen Markenzeichen geworden ist: Turnschuhe, (ausgewaschenes) Sweatshirt, weite Jeans, kurzer Blouson oder alte schwarze Lederjacke, Baseballkappe; er ist erkennbar übergewichtig, unrasiert, trägt einen »formlosen« Vollbart und eine Hornbrille (»Kassengestell«), seine Haare wirken unfrisiert. Dieser Habitus entspricht dem eines Angehörigen der amerikanischen Arbeiterklasse (*blue collar worker*), er ist dezidiert unmodisch und nicht auf ästhetische Gestaltung und Wirkung orientiert. Dem korrespondiert auch seine Körperhaltung: Er ist meist leicht geduckt, zieht den Kopf ein, die Schultern sind hochgezogen und nach innen gedreht, er geht mit den Händen in den Hosentaschen und zeigt die typische Haltung einer Wirbelsäulenskoliose und bemüht sich ganz offensichtlich nicht um ein körperlich attraktives, sportliches, elegantes etc. Erscheinungsbild. So zieht er auch in der Öffentlichkeit die Nase hoch oder kratzt sich. Moore erscheint als der »kleine Mann« von der Straße, der Nachbar, der neben dem Zuschauer in seinem Wohnviertel an der Supermarktkasse stehen könnte. Moore definiert sich bereits rein äußerlich als Mitglied der schweigenden Masse Amerikas, die in den Medien allein schon visuell nicht präsent ist: Moores Habitus ist in den Medien eine absolute Ausnahmeerscheinung. Kein professioneller Medienakteur tritt vergleichsweise unstilisiert, alltäglich und im Habitus der un-

teren Mittelklasse auf. Moores Habitus *fehlt* jede Stilisierung von Zugehörigkeit zu einer Bildungselite oder zu einer prestigereichen sozialen Schicht, er verzichtet aber ebenso auf Stilisierungen des Mondänen oder Ausgeflippten wie auf einen Künstlerhabitus (schwarzer Rollkragenpullover und schwarze Anzüge etc.), der angesichts seiner professionellen Identität (Dokumentarfilmer) zu erwarten wäre. Diese Darstellung von Nichtstilisiertheit verkörpert eine *root-authenticity* der sozialen Herkunft, die (gemäß einer weitverbreiteten Volksideologie) *Ehrlichkeit und moralische Glaubwürdigkeit* impliziert – Werte, die Moore immer wieder als Zentralwert und Richtschnur seines Schaffens in den Vordergrund stellt.

Moores *Sprache* ist in syntaktischer und lexikalischer Hinsicht eher einfach: Er benutzt kolloquiales Amerikanisch mit einigen familialen Wendungen, die er vor allem bewertend (z. B. bei pejorativen Personenkategorisierungen: »jerks«, »dude«) und zur formelhaft-appellativen Zuspitzung (»don't get me this shit«, »your time is up«) einsetzt. Gerade die familialen Wendungen werden häufig in ironischen, zitativen oder selbstironisch kommentierenden Kontexten verwendet. Moore macht meist kurze Sätze. Maximal bestehen sie aus einem Haupt- mit einem Nebensatz, so in argumentativen Kontexten oder zur Spezifikation (»x because y«, »x though y«, »x where/when y«). Seine Ausdrucksweise ist stets alltagsweltlich und leicht verständlich, allerdings meist sehr klar, ohne die für die gesprochene Alltagssprache typischen Selbstkorrekturen, Abbrüche oder Abtönungen. Fachsprachliche oder sozialstilistisch als akademisch, wissenschaftlich, bürokratisch oder einer spezifischen politischen Richtung zugehörig markierte Terminologie vermeidet er. Auch seine diskursiven Strategien sind weitgehend und in deutlicher Abweichung von sonstigen massenmedialen Gepflogenheiten diejenigen der informellen Alltagskommunikation, allerdings in rhetorisch elaborierter Form (s. u.). Diese Elaboration wird jedoch erst unter dem analytischen Blick deutlich, in alltagsweltlicher Rezeptionseinstellung wirkt Moores Sprache und Kommunikationsverhalten wie das eines unstilisierten *average american*. In sprachlicher Hinsicht präsentiert sich Moore also als Stimme des Volkes,

die auch komplexe Sachverhalte und moralische Anliegen in einer einfachen, allgemeinverständlichen Sprache formuliert. Er ordnet sich sprachlich weder einem politischen Standpunkt zu, noch spricht er aus einer Position der expertischen Autorität (z. B. als Wissenschaftler, Journalist).

Selbstpositionierung und Fremdpositionierung: Moore stellt sich als *Stimme der moralischen Mehrheit* der Amerikaner dar: »I'm not a minority. I represent a majority of Americans, [...] but we just don't have a voice. We don't own the media [...].« Er legt größten Wert darauf, nicht als Vertreter einer politischen Minderheiten-Position abgetan zu werden: »There are millions and millions and millions of people who are saying the same things as I say. I'm not alone in this.« Dabei reklamiert er für seine journalistischen Erkenntnisse, seine Ansichten und Aktionen keinerlei Originalität, Exklusivität oder besondere Anerkennung. Er stellt sich als Person dar, die lediglich artikuliert, was die meisten denken und erfahren haben, und die diejenigen Aktionen unternimmt, Fragen stellt und Dinge untersucht, die alle schon immer einmal wissen bzw. getan sehen wollten. Sehr häufig formuliert er seine Positionen in der ersten Person Plural (*we*), und er nutzt jede Gelegenheit, um *Kollektividentitäten* zu formieren und zu präsentieren und um kollektive Solidaritäten zu konstituieren – z. B. Entgegennahme des Oscars gemeinsam mit dem Filmteam, häufige Benutzung von publikuminkludierendem *we* (»do they think we're stupid?«), Solidarisierung mit Opfern in seinen Filmen, Aktionen für Opfer und mit ihnen (z. B. K-Mart-Episode in »Bowling for Columbine«). Gemeinschaft und Repräsentanz werden dabei von ihm oft kontrafaktisch unterstellt, Erfolge werden ebenso kontrafaktisch den von ihm vertretenen Gruppen zugeschrieben, nicht von ihm für sich selbst reklamiert. Moore gibt sich bescheiden. Er tritt als uneigennütziger *Anwalt und Tribun des Volkes* auf, der dieses versteht und repräsentiert, da er aus seiner Mitte kommt und ihm gleicht. Er vermeidet es, mit einer politischen Partei oder ideologischen Position identifiziert zu werden oder als jemand zu erscheinen, der

seine Interessen aus einem theoretisch, ideologisch etc. voraussetzungsvollen Hintergrund gewinnt. Er stellt sich vielmehr als Agenten des *Common sense* dar: Sein Gestus ist es, unbequeme Wahrheiten auszusprechen, die jeden vernünftigen Menschen angehen und evident sind. Moore vermeidet es, als marginalisierter oder besserwisserischer Intellektueller zu erscheinen. So verweist er auf sein abgebrochenes Studium und wirft den Journalisten vor, dass er als unbedarfter, einfacher Mann die Arbeit von Leuten mache, »who are much smarter than I am«.

In Übereinstimmung mit seinem Habitus betont er seine *regionale und nationale Identität*. Seine Herkunft aus dem im Niedergang befindlichen Industrieort Flint bildete schon den Ausgangspunkt für seinen ersten erfolgreichen Film »Roger & Me«. Moore inszeniert sich als Sprachrohr der kleinen Leute von dort, kommt immer wieder auf die konkreten Verhältnisse in seinem Heimatort zu sprechen und hebt seine regionale und seine sozialstilistische Verwurzelung hervor (»I am the guy in the ballcap with no education«). Gleichzeitig betont er seine Identität als Amerikaner, will Kritik dezidiert als patriotischen Dienst und nicht als Nestbeschmutzung und Antiamerikanismus verstanden wissen (»I'm an American and my job is to stay there and trying to fix things there«). Seine häufigen Kontrastierungen der von ihm angeprangerten Zustände in den USA mit anderen Staaten (v. a. Kanada) rahmt er als Ansporn zur Besserung. Er negiert, damit eine Kränkung des nationalen Selbstbewusstseins zu beabsichtigen, was allerdings bei der Systematik und Häufigkeit der negativen Vergleiche der USA mit dem Ausland sehr nahe liegt.

Moores Fremdpositionierung in seinen öffentlichen Auftritten ist sehr polarisierend. Er konstruiert eine klare, *schwarz-weiße Dichotomie* zwischen sich und dem von ihm mit ihm identifizierten Publikum einerseits und einem jeweiligen *Gegner* andererseits. Dieser wird polemisch und ohne Differenzierung unlauterer Motive, verbrecherischer Handlungen, negativer Einstellungen und Charakterzüge bezichtigt. Die interaktive Polarisierung wird durch direkte Adressierung des abwesenden Gegners (»Your time is up Mr

Bush«) dramatisiert, das Publikum wird performativ in einen symbolischen Kampf als Partei eingebunden. Indem sich Moore mit Vorliebe mit übermächtigen Gegnern (Konzernen, Politikern, Verbänden/Lobbys, staatl. Institutionen) anlegt, demonstriert er die *Attitüde des furchtlosen Aufklärers*, der tatkräftig und schnörkellos zur Sache schreitet. Charakteristisch ist dabei ein Gestus der Zuversicht und Siegesgewissheit, der auch nach offensichtlichen Niederlagen (z. B. Wiederwahl Bushs) unverdrossen beibehalten und durch relativierende Argumente bis hin zur Realitätsverleugnung untermauert wird. Die permanente Wiederholung der Prophezeiung eines Wandels zum Guten und die stetige Wiederholung des Aufrufs zum Engagement verleiht Moores Auftreten *eine missionarisch-messianische Qualität*, die im Namen einer Einsicht, die eigentlich alle schon haben, auftritt. In seinen Interviews behandelt er seine Gegner (Interviewpartner) mit Ernsthaftigkeit und Respekt, was die sachliche Auseinandersetzung betrifft. Die interaktive Etikette respektiert er dagegen häufig nicht (s. u.).

Sprachlich-kommunikative und rhetorische Verfahren: Moores *kommunikativer Stil* unterscheidet sich sehr stark je nach Kommunikationstyp. Moore ist wohl derjenige Medienintellektuelle, der es am perfektsten und mit der größten Breitenwirkung versteht, einen integrierten Medienverbund zu nutzen. Bekannt geworden ist Moore durch seine Dokumentarfilme sowie seine satirischen Fernsehshows »TV Nation« und »The Awful Truth«. Doch das mediale Phänomen »Michael Moore« konstituiert sich über verschiedene weitere kommunikative Schauplätze, die symbolisch und kommerziell allesamt aufeinander verweisen. Moore tourt mit Polit-Shows (wie der Slacker Uprising-Tour 2004) durch die USA, er veröffentlicht regelmäßig Bücher zur politischen Aktualität, er verlautbart neueste Ansichten und Aufrufe über seine Website und ist regelmäßiger Interviewgast. Eine Untersuchung des kommunikativen Habitus hat sich deshalb vor Kurzschlüssen zu bewahren, die entstünden, würde man vorschnell nur einen kommunikativen Kontext betrachten. In der Tat nämlich ist Moores kommunikativer Stil

sehr *kontextsensitiv*: Er beherrscht die polemischen wie die bescheidenen Töne, er wechselt zwischen genau recherchierter Argumentation und kruder Rabulistik, er wägt genau ab, wo groteske Satire und wo emphatisches Pathos am Platz ist.

In seinen investigativen *Interviews* agiert er zunächst nie polarisierend. Er verzichtet auf Unterstellungen und zeigt sich anfänglich empathisch gegenüber seinen Interviewpartnern, er stellt keine vorurteilsgeladenen oder präsuppositionshaltigen Fragen, sondern beginnt mit Informations- und Begründungsfragen, die oftmals auf die Biografie des Befragten und seine eigenen Erfahrungen abheben. Dem eingeweihten Zuschauer, der Moores Position kennt, erscheint er oft naiv oder scheinheilig, da er Positionen, Sachverhalte und Begründungen erfragt, die als bekannt vorausgesetzt werden können. Genau diese naiven Fragen sind aber notwendig, um Einschätzungen seiner Gegner als durch diese selbst bzw. durch von ihnen gelieferte Fakten fundiert erscheinen zu lassen. Interaktionsorganisatorisch sind sie die Voraussetzung dafür, dass seine Interviewpartner Material liefern, an dem Moore seine Entgegnungen ansetzen kann, da er sie nur so des Widerspruchs, der Inkonsistenz oder der Unfundiertheit ihrer Haltungen (für den Zuschauer) überführen kann. Anfänglich bestätigt er seine Interviewpartner (z. B. durch kooperative Ergänzungen, Zustimmungen oder Paraphrasen). Im Verlauf des Interviews insistiert er auch gegen das offensichtliche Unbehagen und den Widerstand seiner Interviewpartner und beginnt sie mit Vorwürfen, Kritik und unliebsamen Feststellungen zu konfrontieren. Tabus werden offen und direkt, aber ohne Markierung ihres tabuisierten Charakters angesprochen. Dabei ignoriert er hartnäckig die Themen- und Gesprächsbeendigungsinitiativen seiner Partner, bleibt aber stets sachlich, wird nicht persönlich verletzend, macht sich nicht über die Interviewpartner lustig, legt es nicht auf persönliche Bloßstellungen an und paktiert nicht mit dem Zuschauer gegen sie (z. B. durch nonverbale Kommentare zur Kamera). Er stellt ihnen keine Fallen, argumentiert aber ernsthaft und nachdrücklich und versucht sie in die Argumentation hineinzuziehen und zu argumentativen Zuge-

ständnissen zu bewegen. Wesentliches Argumentationsverfahren für seine Position ist dabei Moores Rekurs auf moralische Standards, die der Adressat nicht ablehnen kann, ohne sich in Selbstwiderspruch zu begeben oder eine moralisch unhaltbare Position einzunehmen.

Sowohl in seinen Interviews wie auch in seinen öffentlichen Aktionen tritt Moore für das Publikum als *koboldartig-subversiver Agent des kleinen Mannes* auf: Er traut sich »einfache« Dinge, die wirkungsvoll sind und jedem einleuchten, geht direkt zu den Verantwortlichen, stellt die Schuldigen und legt ihnen die Fragen vor, die sonst keiner auszusprechen wagt. Soziale Probleme werden von ihm exemplarisch konkretisiert, personalisiert und in den Bereich des direkten Handelns zurückgeholt, damit auch – gegen die Anonymität makrosozialer und politischer Prozesse – potenziell für die Wirkungsreichweite des Einzelnen zurückgewonnen. Insofern ist Moores konkretistisches Vorgehen eine Form von vorexerziertem *empowerment* und eine *Simplifizierung von komplexen Vorgängen auf elementare, moralisch und personal interpretierbare Wahrheiten*. Er demonstriert ein pragmatisches, unmittelbar resultats- und lösungsorientiertes Verständnis von politischen und sozialen Problemen und in aufklärerischer Hinsicht ein ebenso pragmatisches Verständnis der Orientierung an den Fakten selbst, die er aufsucht und zum Sprechen bringt.

In seinen *öffentlichen Reden* tritt Moore als *agitatorischer Volkstribun* auf, der alle Register der populistischen Rhetorik zieht. Moore spricht sehr laut bis schreiend, er fordert durch gezielte Pointensetzung und sloganhafte Zuspitzung Beifall heraus und schreit dann gegen den Beifall an, was eine weitere Anfeuerung des Publikums impliziert. Seine Themenbehandlung ist (im Gegensatz zu seinen Interviews) thetisch, unmodalisiert, unargumentativ (keine Begründungen) und nicht differenzierend. Abschwächungen, Gegenargumente, Ungewissheiten, Konditionale etc. fehlen. Moore arbeitet mit humoristischen Elementen wie Wortspielen (z. B. »embedded – in bed«: »I'm embedded in the army I'm in bed with the pentagon I'm in bed with the Bush administration«, auch hier:

Wiederholung und Steigerungsdynamik/*Amplificatio*, Pointendramaturgie, vom Flüstern zum Schreien, Schlüsselwort-Bildung) und Redewiedergaben, wobei er die (stilisierten) Stimmen gern als Karikaturverfahren einsetzt, so z. B. wenn er das Atombomben besitzende Nordkorea als ungehorsamen Schüler auftreten lässt, der vergeblich darum bittet, bestraft zu werden, oder einen ängstlichen Amerikaner inszeniert, der sich übertrieben vor Bin Laden fürchtet (*»don't kill me Osama«*). Moore produziert hier Komik und Klamauk mit Unterhaltungswert, die der karikativen Veranschaulichung von Einstellungen dienen, die provokativ überzeichnet und persifliert werden. Zusammen mit dem Vollzug symbolischer Konfrontationshandlungen (z. B. Anruf im Weißen Haus, in dem Moore erklärt, Bushs Zeit sei abgelaufen) inszeniert Moore so eine Anschaulichkeit und Unmittelbarkeit der Konfrontation und der Möglichkeit der direkten Intervention, die zur Erzeugung von Gemeinschaftserlebnissen der Selbstbestätigung eigener Macht und Rechtsbewusstsein und der Vergewisserung des gemeinsamen Feindes dienen. Gleichzeitig *balanciert er so die Attitüde des propagandierenden Demagogen mit dem des humoristischen Schalks*, der stets für einen Witz oder eine gelungene Parodie gut ist: Nie inszeniert Moore eine militante oder verbissene Form der Auseinandersetzung, sondern stets werden politisches Engagement und Konflikt mit Humor und Slapstick kombiniert.

In *Presseinterviews* und *-konferenzen* tritt Moore als ruhiger, argumentativer, schnörkellos antwortender, ironischer und zuweilen auch selbstironischer Dialogpartner auf. Er präferiert klare, einfache Argumentationen mit These-Begründungs-Struktur, benutzt häufig eine dozierende Gestik, die Mimik ist entspannt. Seine Diktion ist einfach, insbesondere benutzt er alltagsweltliche Diskursstrategien, die in den Medien sonst kaum anzutreffen sind: Er erzählt ausführlich aus der eigenen Biografie, appelliert an Erfahrungen, die jeder kennt, benutzt Redewiedergaben, mit denen er die Haltungen verschiedener Beteiligter theatralisch inszeniert. So z. B. beim Kontrast der solidarischen Deutschen mit den egoistischen Amerikanern: *»We're all on the same boat we're all German. We*

have to take care of each other. [...] We have a responsibility to see that this person gets a doctor.« vs. »Every man for himself. Pull yourself up by your bootstraps. Me, me, me, me, me.« Die Redewiedergaben werden mit entsprechender stimmlicher Imitation, Mimik und Gestik veranschaulicht, teilweise auch deutlich als humoristische Fiktionalisierungen mit Unterhaltungsintention gerahmt. Moore singt, er gebraucht evokative Bilder und Szenen, einfache Metaphern und argumentiert fast immer mit Beispielen und konkreten Fällen, nie nur theoretisch oder mit Statistiken. Moore stellt sich selbst als neugierigen, atheoretischen Menschen dar, der eine klare moralische Position hat, aber stets faktenorientiert und nicht vorurteilhaft ist. Er moralisiert, aber ohne Besserwisserei, und verzichtet auf jede intellektuelle oder arrogante Attitüde.

Ideologie und Moral: Wie schon dargestellt, ordnet sich Moore keiner dezidierten ideologischen Position zu, und er verzichtet auf alle theoriegeladenen Argumentationen. Politische Bekenntnisse (für die Demokraten) werden von ihm zwar geäußert, immer aber mit dem einschränkenden Hinweis, es handele sich um die Wahl des geringeren Übels. Seine permanent propagierten Leitdifferenzen sind ›Lüge und Täuschung vs. Wahrheit‹ und ›Gerechtigkeit vs. Ungerechtigkeit‹. Ehrlichkeit, Glaubwürdigkeit und Gerechtigkeit werden als absolute, nicht zu hinterfragende Werte, die jedes soziale Zusammenleben leiten sollen, propagiert. Diese Werte werden als leichtverständlich, selbstevident und aufgrund des gesunden Menschenverstandes in ihrer (Nicht-)Realisierung erkennbar dargestellt. Die Pole von ›gut‹ und ›böse‹ stellt er so dar, als seien sie im jeweiligen Falle zweifels- und problemlos zu bestimmen. Komplexitäten moralischer Positionen, kontingente Verwicklungen, moralische Indifferenzzonen gibt es bei ihm nicht. Dagegen fordert er für andere Themen Entmoralisierung (z. B. Schwulenehe). Moore kontrastiert den moralischen Charakter des amerikanischen Individuums mit der Unmoralität des Systems und der Mächtigen: »I want the goodness of us as individuals to connect to the goodness of us as a whole.« Er vertritt eine Ethik der Anständigkeit des

kleinen Mannes, die es als Maßstab für die große Politik zu etablieren gelte. Diese wird demgegenüber als korrupt, unmenschlich und aggressiv dargestellt. Moores Moralisierung wird immer wieder gebrochen durch *humoristische und komödiantische* Elemente, die überraschend, entspannend und unterhaltsam wirken. Der Dokumentarfilmer Michael Moore agiert wie ein – allerdings freundlicher – Wolf im Schafspelz, dem es gelingt, nicht als Intellektueller, sondern vielmehr als *Antiintellektueller* die Abwehrlinien des politischen Establishments zu unterlaufen und zu hintergehen, um der Stimme des kleinen Mannes (*the people*) in der Öffentlichkeit Gehör zu verschaffen.

Diskussion

Im Vorangegangenen wurden die *faktischen* Kommunikationen von Michael Moore in unterschiedlichen medialen Kontexten untersucht. Es ist gelungen, für den Fall Moore die Dominanz von inszenatorischen Verfahren und Eigentümlichkeiten der Argumentationsweise und ihrer medialen Zurichtung zu rekonstruieren. Mit diesem Ergebnis wird eine erste Antwort auf die Frage möglich, ob beim *Medienintellektuellen* die Logik des besseren Arguments (vgl. Habermas 1981) durch den Mechanismus der Stimmungsmache, d. h. der Diskreditierung und Skandalisierung ersetzt wird: Für Michael Moore muss diese Frage bejaht werden. Moores Ansehen, als Medienintellektueller zu wirken, rührt gerade daher, dass er sich medial als medienkritischer Antiintellektueller zu stilisieren weiß: Er arbeitet mit den Medien gegen die Medien. Für eine weitere Präzisierung bedarf es zunächst einer Klärung der in diesem Zusammenhang zentralen Begriffe des »klassischen« Intellektuellen sowie des Medienintellektuellen:

Oevermann (2001) definiert – im Sinne von Max Weber – den »klassischen« Intellektuellen als einen Akteur, der sich verantwortlich dafür sieht, Themen anzusprechen, die die Öffentlichkeit als Forum einer politisch-kulturellen Vergemeinschaftung insgesamt in ihrem Selbstwert zentral berühren, aber auch die für sie konstitu-

tiven Werthaltungen ansprechen. Auf der Grundlage der *Logik des besseren Arguments* erbringt der Intellektuelle eine geistige Leistung der Argumentation zu solchen aktuellen, offenen Themen und baut darauf, sich innerhalb dieser Öffentlichkeit ad hoc eine Gefolgschaft zu verschaffen. Diese »Gefolgschaft des Gehörs« – so Oevermann – zeichnet sich nicht durch inhaltliche Zustimmung oder Konformität aus (wie im Falle des Charismas des politischen Führers), sondern dadurch, dass sie Pro und Contra von *propositio* und *oppositio* zu einem Thema von gesellschaftlicher Relevanz hervorruft bzw. in für die weitere Themenbehandlung wegweisender Form fortführt. In Anschluss an Webers Typenbegriff der charismatischen Herrschaft ist an ein pragmatisches Ablaufschema möglicher intellektueller Wirkung zu denken: Der Intellektuelle diagnostiziert eine Krisenkonstellation zutreffend, ist im Besitz einer erfolgreichen Krisenlösung, die von der Gefolgschaft hinreichend handlungsrelevant ernstgenommen wird, die sich in der Folge zu bewähren hat und – so dieser Fall eintritt – zu einer veralltäglichten Handlungsroutine der Krisenbewältigung führt (vgl. Oevermann 2001: 22). »Ob man ein Intellektueller ist oder nicht, stellt sich erst im Vollzug einer Argumentations- bzw. darstellerischen Exemplifizierungsleistung her, die sich erfolgreich hinreichend Gehör verschaffen kann, so dass sie eine strittige Debatte nach sich zieht oder weiter entwickelt, auf die von da an die öffentliche Diskussion Bezug nehmen muss« (ebd.: 20f.).

Hingegen bewegt sich ein *Medienintellektueller* in der kulturindustriell geprägten Arena elektronischer Medien, die keine auf Reziprozität basierende, unmittelbar sich vollziehende Öffentlichkeit autonomer Individuen anstrebt. Im Rahmen der Kulturindustrie geht es vielmehr darum, eine selbstinszenatorische Erzeugung eines *Scheins* von Spontaneität und Unmittelbarkeit der kommunikativen Praxis pseudovergemeinschafteter Medienrezipienten (die »Fernsehgemeinde«) zu bewerkstelligen. Der Medienintellektuelle fügt sich in dieses Szenario affirmativ ein. Er wird zur Staffage der Medienkommunikation und folgt der »Logik einer modisch vergänglichen Präsentationsaktualität« (ebd.: 72): Er übernimmt zum

einen die Funktion eines Betreuers und Pädagogen einer Fernseh- und Filmgemeinde, zum anderen soll er bei der Veräußeralltäglic-
hung des Medienbetriebs mitwirken – festzumachen an der In-
szenierung und Prozessierung eines Starwesens (vgl. ebd.: 73): der
»Volksheld« Michael Moore, dem es gelingt, den Mächtigen der
Welt die Stirn zu zeigen.

Ist Michael Moore also ein Paradebeispiel für einen Medienintel-
lektuellen im Oevermann'schen Sinne? Ohne Zweifel ist Moore ein
Oscar-gekrönter Medienstar, sicherlich aber auch eine schillernde
Person, die sich zu inszenieren weiß. Ein Blick hinter die Kulissen
gibt weitere Aufschlüsse: Der amerikanische Publizist Peter Schwe-
izer hat die Großen der liberalen US-amerikanischen Öffentlichkeit
beim (eigenen) Wort genommen und recherchiert, ob sie selbst das
tun, was sie anderen predigen. In seinem Buch »Do As I Say – Not
As I Do« zeigt er auf, das Michael Moore Wasser predigt, selbst
jedoch Wein trinkt: Weder seine *street cred* lässt sich halten (er hat
keine *blue-collar*-Vergangenheit, ist auch kein *flint native* und hat
für seine Filme nennenswerte Spenden und Stipendien bekommen,
musste also nicht für sein Wirken hungern), noch lebt er selbst auf
»kleinem Fuß« – er lebt in einem großzügigen Haus an einem der
drei schönsten Seen der Welt (Urteil von *National Geographic*) oder
in seinem Penthouse in New York, logiert auf seinen Reisen in
teuren Hotels, flog gerne mit der Concorde über den Atlantik, hat
bewaffnete (!) Bodyguards und spekuliert an der Börse mit Aktien
von nicht-*pc*-Firmen. Er wendet sich selbst in seinem eigenen Tun
auch nicht überzeugend gegen die Diskriminierung von Menschen
wegen ihres Geschlechts (*gender*), ihrer Rasse (*race*) sowie sozialen
Herkunft (*class*). Unter den 134 Menschen, mit denen Moore bis
2005 beruflich zu tun hatte, waren gerade einmal 3 Dunkelhäutige
zu finden! Der deutsche Biograf von Michael Moore, Kay Soko-
lowsky, spricht in seinem Buch (2005) in Bezug auf diesen Punkt
klare Worte: »Der »Prophet der Linken«, wie seine reaktionären
Gegner in den USA ihn nennen, ist ein Erzliberaler mit ausgepräg-
tem Mitleid für die Schwachen dieser Welt: »Bourgeoisozialismus«
nannten Marx und Engels im Manifest der Kommunistischen Par-

tei die Ideologie, der auch Moore anhängt« (Sokolowsky 2005: 130). Für den investigativen Journalisten Schweizer ist Michael Moore dann auch ein leichtes Opfer: Dieser befindet sich in bester Gesellschaft mit all den anderen liberalen Heuchlern (wie z. B. Noam Chomsky oder Ted Kennedy), da er sich selbst nicht im Geringsten an das halte, was er anderen abzuverlangen suche. Der hinter die Kulissen gerichtete Blick auf den *Menschen* Moore offenbart eine unübersehbare Hypokrisie, die aber nicht davon ablenken darf, dass der *Medienschaffende* Moore durchaus auf gesellschaftliche Missstände aufmerksam zu machen weiß und erfolgreich Wahres zutage zu fördern versteht.

Am Fall von Michael Moore lässt sich gut diskutieren, was gegenwärtige medienintellektuelle Kritik überhaupt auszuzeichnen scheint. Michael Moore bedient dabei ganz offensichtlich *verschiedene* Unterhaltungsmärkte: Sokolowsky wie auch Schweizer zeigen auf, dass Moore in Amerika anders spricht als in Europa. »Moore may be popular in the United States, but by far his greatest audience is in Europe, where they love laughing at Americans. [...] Moore's books and films sell well overseas because anti-Americanism is a popular ideom. [...] When in the United States, Moore says he loves his country and that his beef is with George W. Bush. But when he talks overseas, he panders to the crudest anti-American stereotypes. [...] Basically, his message to the world is that Americans are idiots« (Schweizer 2005: 45f.; vgl. auch Sokolowsky 2005: 173ff.). Zu Hause in Amerika setzt er hingegen auf eine gelungene Mischung aus Unterhaltung und Argumentation, auf eine »blendend inszenierte Melange aus Satire, Slapstick und Standup-Comedy« (Sokolowsky 2005: 92). Moore spricht im Übrigen selbst über seine Filme als »Gute-Laune-Kassenknüller« (ebd.: 67). Moore bietet eine *Light*-Version von Kapitalismuskritik, die nie zu intellektuell gerät: Er »bringt die Dinge nicht unbedingt auf den Punkt, aber auf eine Pointe, und die Linken, die sonst leider nichts mehr zu lachen haben, sind damit durchaus zu gewinnen« (ebd.: 129).

Intellektuelle Argumentation, Reflexion und Diskussion um das

bessere Argument scheinen nur wenig auf, auch finden keine präzisen Krisendiagnosen noch Diskurse über Lösungsoptionen statt. Unsere Analysen zeigen, dass Moore wohl Argumentativität inszeniert, sich dabei jedoch derart anschaulich vereinfachender, grob polarisierender, alltagsnah metaphorischer und teils irreführender, da relevante Kontexte außer Acht lassender und falsche Gegebenheiten suggerierender Verfahren bedient, dass Argumentativität von ihm oftmals mehr rhetorisch suggestiv zur Schau gestellt als sachhaltig eingelöst wird. Ein Intellektueller ›klassischer Prägung‹ ist Moore daher ganz offensichtlich nicht. Vielmehr wird auf die publikumswirksame Personalisierung und Skandalisierung von »Systemauswüchsen« gesetzt, die kurzweiliges Amusement garantieren: »Spekulanten« und »Ausbeuter«, »Waffenfanatiker« und »(Irak-Krieg-)Drückeberger« wird mit Penetranz und Eigensinn entlarvend die Maske vom Gesicht gerissen. Michael Moore stilisiert sich als Antiintellektueller, der für die kleinen Leute (*the people*) erfolgreich (und unterhaltsam) gegen die Mächtigen (*the block*) zu Felde zieht. Er reiht sich damit in die globale mediale Unterhaltungswelt ein, in der es weniger denn je klassische intellektuelle Debatten zu verfolgen gibt, dafür jedoch ohne Unterlass Humor-, Satire- und Comedy-Programme mit den entsprechenden Star-Entertainern gesendet werden. Wenn die Verhältnisse politisch nicht zu verändern sind, scheint es offensichtlich gutzutun, die Verhältnisse (immerhin) für die Dauer eines Lachens zum Wackeln gebracht zu bekommen.

Amüsieren uns also die Medienintellektuellen dumm? Sicherlich nicht zwingend: Moore agiert in einer paradoxen Situation. Zum einen kommt er nicht umhin, Massenmedien zu nutzen, um sich *öffentlichkeitswirksam* gegen den Machtblock von Wirtschaft, Politik und Medien stellen zu können. Dies führt zu einer *komplexen* Handlungskonstellation: Er muss Aufmerksamkeit generieren, um ein möglichst großes Publikum zu erreichen, und dies gelingt ihm durch den Aufgriff der oben beschriebenen medienkommunikativen Formen wie Trivialisierung, Personalisierung, Dramatisierung und Emotionalisierung. Zum anderen schafft er sich auf diese

Weise ein Forum, in seinen Film- und Fernsehbeiträgen entlarvende gesellschaftliche Fakten und Wahrheiten präsentieren zu können: Anders als beim klassischen Intellektuellen wird Aufklärung und Kritik hier nicht mehr systematisch reflexiv hergeleitet und differenziert expliziert, vielmehr werden »ganz einfach« nur *Bilder* und Szenen gezeigt, die *selbsterklärend* sein sollen. Moore braucht nur die Kamera auf Menschen und Ereignisse zu halten, und schon kann die Wahrheit als zutage gefördert gelten; sie versteht sich für jedermann quasi von selbst. Michael Moore ist also ein gutes Beispiel dafür, wie die besondere Art und Weise, in der der Medienintellektuelle rhetorisch die Möglichkeiten des jeweiligen Mediums und der kommunikativen Gattung (Keppler 2006), innerhalb deren er auftritt, nutzt, zusammen mit der Rezeption durch seine Gefolgschaft sein öffentliches Profil bestimmt. Dabei besteht ein wechselseitiges Determinationsverhältnis zwischen dem einzelnen Medienintellektuellen und dem medialen Umfeld, in dem er sich inszeniert und in dem er seinerseits von anderen Medienakteuren positioniert, kommentiert und rezipiert wird. Moore adaptiert sich an die kommunikativen Zwänge, denen Medienakteure unterliegen, wenn sie im Wettbewerb um die knappe Ressource der Aufmerksamkeit der Rezipienten unter den Bedingungen harter Konkurrenz einer Unzahl von massenkommunikativen Angeboten bestehen wollen. Der Preis ist der Verzicht auf intellektuelle Differenziertheit, Reflexivität, gerechte Argumentation, expertisch gestützte Professionalität und Offenheit für Selbstkritik. Moore hingegen wendet virtuos Strategien aus dem Unterhaltungsbereich als Verfahren der politisch-intellektuellen, öffentlichen Kritik an, die bis dato in dieser Praxisform kaum, zumindest nicht in dieser Konsequenz und medialen Diversifizierung und Multipräsenz bekannt waren. Dabei präsentiert sich Moore jedoch, aller proletarischen Selbstinszenierung zum Trotz, dennoch stets seinem aufklärerischen Anspruch nach als Intellektueller, der investigative Arbeit leistet und in Begriffe zu fassen vermag, was der Alltagsmensch wohl fühlt und denkt, doch so nicht zu artikulieren weiß. Moores intellektuelle Autonomie besteht darin, dass er es versteht,

seine Überzeugung *mit* und *in* den (Bild-)Medien als *Faktum* erscheinen zu lassen. Für seine Gefolgschaft bringen seine Dokumentalfilme die Wirklichkeit, so wie sie ›wirklich‹ ist, zum Vorschein. Moores Status als Intellektueller ist somit ambivalent: Er vermittelt in sozialkritischer Intention (s)eine Ideologie, die er durch die Kraft der (unterstellten) Authentizität der Bilder gleichsam naturalisiert. Seine Positionierung und seine (grundsätzlich strittige) Argumentation wird so nicht als das, was sie ist, eine bestimmte Perspektive im sozialen Diskurs, deutlich, sondern sie erscheint als Wiedergabe von ›brute facts‹, die vermeintlich für sich selbst sprechen und daher Argumentationen letztlich überflüssig machen (vgl. Potter 1996). Einst hieß es in der Kritischen Theorie, Ziel intellektueller Bemühung müsse sein, die Sache selbst zur Sprache zu bringen – Moore wählt einen anderen Weg: Um die Wahrheit zutage zu fördern, lässt er Bilder sprechen.

Literatur

- Bourdieu, Pierre (1990): *Was heißt Sprechen?* Wien.
- Habermas, Jürgen (1981): *Theorie des kommunikativen Handelns*, Band 1, Frankfurt/M.
- Keim, Inken (2007): »Interaktionale Soziolinguistik und kommunikative soziale Stilistik«, in: Ammon, Ulrich/Mattheier, Klaus J./Nelde, Peter H. (Hg.): *Perspektiven der Soziolinguistik*, Tübingen, S. 70–91.
- Keppler, Angela (2006): »Konversations- und Gattungsanalyse«, in: Ayaß, Ruth/Bergmann, Jörg (Hg.): *Qualitative Methoden der Medienforschung*, Reinbek, S. 293–323.
- Oevermann, Ulrich (2001), »Der Intellektuelle. Soziologische Strukturbestimmung des Komplementär von Öffentlichkeit«, in: Franzmann, Andreas/Liebermann, Sascha/Tykwier, Jörg (Hg.): *Die Macht des Geistes. Soziologische Fallanalysen zum Strukturtyp des Intellektuellen*, Frankfurt/M., S. 13–75.
- Potter, Jonathan (1996): *Representing reality*, London.
- Schweitzer, Peter (2005): »Michael Moore. Corporate Criminal, Environmental Menace, and Racist Union-Buster«, in: ders.: *Do As I Say (Not As I Do). Profiles in Liberal Hypocrisy*, New York, S. 39–214.
- Schwitalla, Johannes (1994): »Vom Sektenprediger- zum Plauderton. Beobachtungen zur Prosodie von Politikerreden vor und nach 1945«, in: Löffler,

Heinrich (Hg.): *Texttypus, Sprechergruppe, Kommunikationsbereich*, Berlin, S. 208–224.

Sokolowsky, Kay (2005): *Michael Moore. Filmemacher, Volksheld, Staatsfeind*, Hamburg.

Anmerkungen

- 1 Wir danken Axel Schmidt für seine kritische Textdurchsicht sowie seine Denkanstöße, die vor allem Eingang in die Schlussdiskussion gefunden haben.
- 2 Filme von Michael Moore: *Bowling for Columbine*, Regie: Michael Moore, 2003, DVD, 114 Minuten, zusätzlich: Special features: Interviews mit Michael Moore, Pressekonferenz mit Michael Moore, Statements zum Film u. a.; *Fahrenheit 9/11*, Regie: Michael Moore, 2004, DVD, 122 Minuten, zusätzlich: Bonusmaterial 90 Minuten; Michael Moore in feuilletonistischen Besprechungen – z. B.: *Die Feldzüge des Proleten*, von Mike Davis, Die Zeit, Nr. 31. 22. Juli 2004, S. 37; *Michael Moore, Manipulator*, von Ludger Lütkehaus, Die Zeit, 5. August 2004; *Unrasierte Störungen*, von Josef Lederle, Rheinischer Merkur, Nr. 29/2004, S. 22; *Chor der Nikotin-Opfer*, von Dorothea Heintze, Süddeutsche Zeitung, 6. 2. 2006; *Pantheon der Heuchler*, von Andrian Kreye, Süddeutsche Zeitung, 2. 12. 2005.